

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ РЕЛЕВАНТНОСТИ ПОИСКА ЦЕЛЕВЫХ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

С.А. Кузнецов

Научный руководитель: А.О. Савельев
Томский политехнический университет
E-mail: ksa11@tpu.ru

Введение

Сегодня таргетинг, а именно, поиск целевой аудитории для продажи товаров и услуг в основном осуществляется на основе профилирования пользователей и соответствующих сообществ в социальных сетях.

Таргетинг (от англ. «target» — цель) — это рекламный механизм, позволяющий выделить целевую аудиторию и показать рекламу именно ей [1].

Наиболее распространённым методом поиска целевой аудитории является поиск по ключевым словам.

Однако, этот метод обладает низкой эффективностью, т.к. формирует избыточное количество результатов, которые необходимо дополнительно анализировать, а ввиду их количества это является затруднительным.

Соответственно, актуальной является разработка методов повышения эффективности поиска целевых сообществ.

В рамках настоящей работы рассматривается социальная сеть «ВКонтакте» и работа с ней через программный интерфейс приложения (API) для разработки и исследования способов повышения эффективности поиска целевых сообществ [2].

Метод анализа активности сообществ в ключевые даты

Для повышения эффективности поиска целевых сообществ необходимо использовать дополнительные критерии оценки. Во-первых — сообщество должно быть активным, во-вторых — характер активности должен соответствовать товарам и услугам, которые мы хотим продать.

Для того, чтобы использовать эти два критерия необходимо составить базу данных ключевых слов, которые описывают наши товары и услуги и определить ключевые даты, в которые существенно возрастает активность сообщества, связанные с продаваемыми товарами и услугами.

Поиск целевых сообществ по ключевым словам осуществляется с использованием стандартного метода социальной сети «ВКонтакте» *groups.search*, который выполняет поиск сообществ по заданной подстроке [3]. Главным параметром данного метода является текст поискового запроса, в который мы подаём ключевые слова. В ответе на запрос мы получаем список сообществ, в названиях которых содержатся запрашиваемые ключевые слова.

Для повышения эффективности поиска целевых сообществ, по ключевым словам, был спроектирован и реализован метод анализа активности сообществ в ключевые даты. Принцип работы заключается в следующем:

- По предварительно проведённым исследованиям целевых сообществ формируются перечни ключевых слов и дат.
- Извлекаются все записи анализируемого сообщества за 1 календарный год с даты начала анализа.
- По каждой дате из перечня ключевых извлекаются записи (посты) с целью дальнейшего поиска ключевых слов, аффилированных с датой.
- Если в записи встречаются, как минимум, два разных аффилированных ключевых слова то запись добавляется в отдельный файл.
- Анализируются все полученные записи сообщества за один календарный год на количество встречаемых ключевых слов. Результат сохраняется в виде абсолютного значения — числа найденных ключевых слов.
- Экспертным путем определяется «порог чувствительности» — значение количества встречающихся ключевых слов — для более точной оценки принадлежности анализируемого сообщества к целевым.
- При превышении «порога» сообщества классифицируется как имеющее признаки целевого.

На рис. 1 представлена схема событийной цепочки процессов, описывающая в обобщённом виде работу метода анализа активности сообщества социальной сети.

Метод был апробирован в рамках работ по гранту РФФИ 19-011-31535. Из 6151 сообщества, полученных путем поиска по 49 ключевым словам к категории целевых автоматическим образом было отнесено 3 сообщества. Экспертная оценка подтвердила результат отбора. Таким образом, метод анализа активности сообществ в социальной сети позволяет повысить эффективность поиска целевых сообществ. При этом, следует отметить, что точность работы метода напрямую зависит от «качества» перечней ключевых дат и аффилированных с ними слов, которые в настоящий момент формируются путем экспертной оценки.

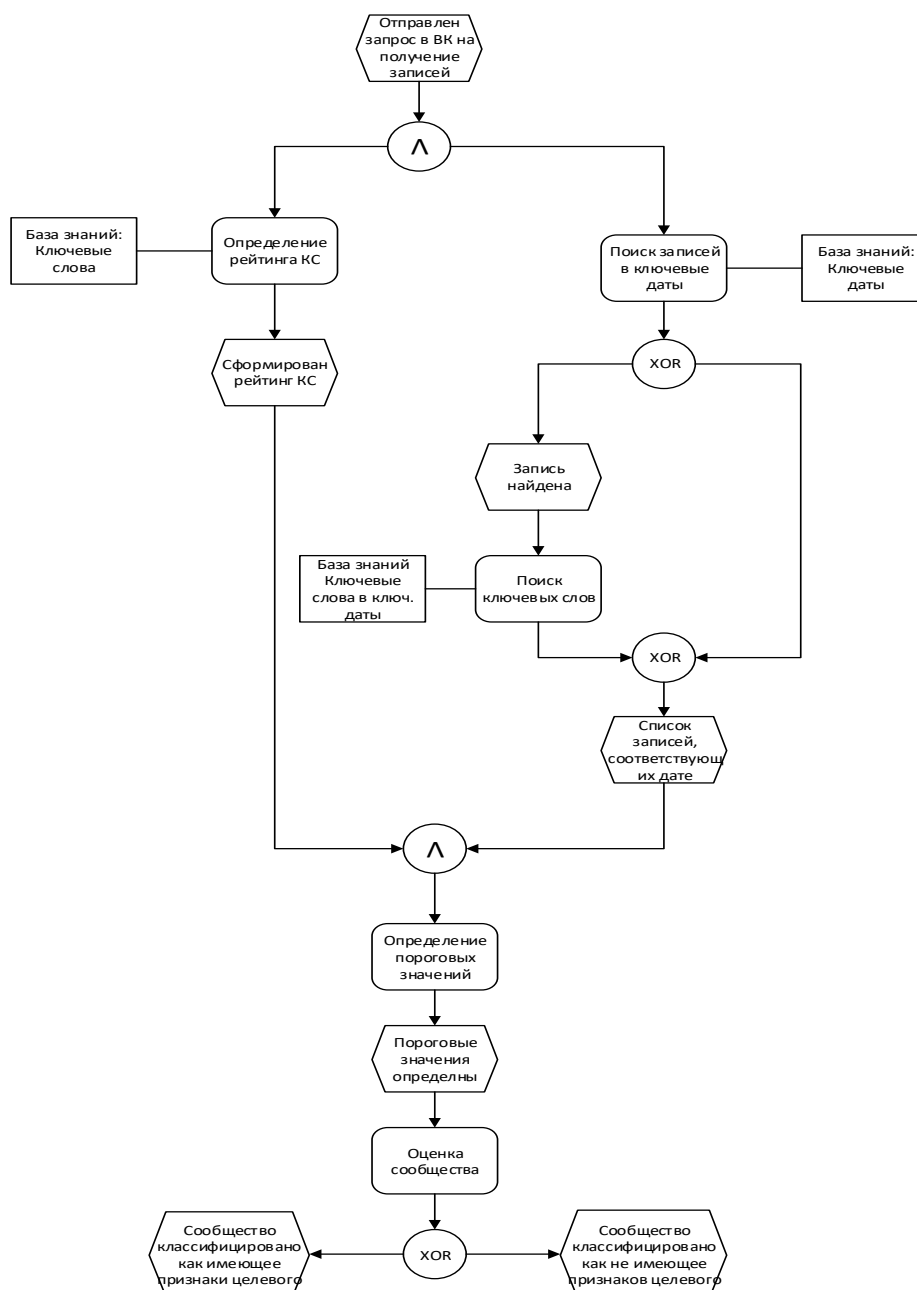


Рис. 1. Событийная цепочка процесса анализа активности сообществ

Заключение

Разработанный метод анализа активности сообществ в ключевые даты может использоваться в виде инструмента повышения релевантности поиска целевых сообществ. Разработанный метод позволяет значительно уменьшить шум и сузить круг результатов, полученных при поиске по ключевым словам.

Разработанный метод позволяет найти сообщества наиболее активные либо с большей долей вероятности, соответствующие целевым признакам.

Список использованных источников

1. Полякова А.В., Бородин И.П. Роль таргетинга в интернет-маркетинге // Таврический научный обозреватель, № 5 (декабрь), 2015. С. 116-118
2. А.С. Ивлева, О.Е. Ошмарина, Е.В. Шадрин. Автоматизация сбора и анализа данных в социальных сетях // Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева № 1(108), 2015. С. 283 – 288.
3. Список методов социальной сети ВКонтакте. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/dev/groups.search> (дата обращения: 23.10.2020).